

Секция «11.1 Литературный процесс и журналистика: история, критика, публицистика»

**Типы креолизации в дореволюционной рекламе (на примере газеты
«Сибирская жизнь», 1911, 1913 гг.)**

Научный руководитель – Жилякова Наталия Вениаминовна

Тарасенко Анастасия Викторовна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия
E-mail: anast.tarasenko2014@yandex.ru

Исследование процессов креолизации в современной рекламе получило широкое распространение, в то время как материалы дореволюционной рекламы остаются недостаточно изученными. Цель настоящей работы - выявить характерные приёмы креолизации дореволюционных рекламных текстов и определить функции его вербальной и изобразительной составляющих. Эмпирическую базу составили тексты рекламных объявлений газеты «Сибирская жизнь» за 1911 и 1913 гг.

Термин «креолизованные тексты» принадлежит отечественным лингвистам Ю. А. Сорокину и Е. Ф. Тарасову [3]. Согласно их определению, это «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной языковой/речевой и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, Тарасов, 1990, с. 180–181]. Невербальный компонент в структуре таких текстов может быть представлен разнообразными элементами — например, фотографией, рисунком, схемой или таблицей.

Исследователь Е. Е. Анисимова рассматривает креолизованные тексты как «семиотически осложненные тексты, в структурировании которых задействованы средства разных семиотических кодов, в том числе иконические средства» [Анисимова, 2003, с. 6]. Она выделяет три основных группы текстов: тексты с нулевой креолизацией, тексты с частичной креолизацией и тексты с полной креолизацией, подчеркивая, что ключевым критерием различия является степень взаимосвязи вербальных и изобразительных компонентов. Так, в текстах с нулевой креолизацией визуальные элементы не представлены и не имеют значения для структуры сообщения. При частичной креолизации вербальная составляющая сохраняет самостоятельность, не зависит от визуального ряда, а изобразительный компонент является вспомогательным. При полной креолизации вербальная часть не может функционировать автономно, она напрямую связана с изображением, ориентируется на него или отсылает к нему.

Рассмотрим примеры полной, частичной и нулевой креолизации в рекламных объявлениях дореволюционной газеты «Сибирская жизнь».

Реклама «Гильзы Катыка» (Сибирская жизнь. 1911. № 12) (Приложение 1). Это рекламное объявление, по классификации Е.Е. Анисимовой, является примером текста с частичной креолизацией. Вербальный компонент состоит из нескольких блоков: заголовков, инструктивная часть, ключевой слоган, заключительное утверждение. Визуальный компонент можно отделить от текста, и смысл рекламы от этого не потеряется. Портрет женщины, который является частью невербального компонента, создаёт образ потенциального покупателя и делает обращение более личным. Ещё один элемент — коробка с гильзами в руках женщины с надписью «Гильзы Катыка», которая повторяет ключевое сообщение из текста. В рекламе прослеживается семантическая связь между вербальным и визуальным компонентами: иллюстрация подтверждает содержание вербальной части. Однако вербальный и визуальный компоненты не образуют единое смысловое целое, их

можно разделить, использовать текст отдельно от изображения. При этом оба элемента во многом дублируют друг друга: и в словах, и в картинке повторяется ключевая идея — превосходство качество товара «Гильзы Катыка».

Реклама галош «Треугольник» (Сибирская жизнь. 1911. №158) (Приложение 2) относится к текстам с полной креолизацией. Вербальный и иконический компоненты тесно взаимосвязаны и образуют единое смысловое целое, удаление любого из компонентов делает бессмысленным это рекламное объявление.

Вербальная часть состоит из двух ключевых слов, оформленных как заголовки: «ГАЛОШИ» — прямое указание на товар, выполнено крупным шрифтом и занимает верхнюю часть композиции, «ТРЕУГОЛЬНИКЪ» — название торговой марки, размещено в нижней части и также выполнено крупным шрифтом. Невербальный компонент представлен изображением галоши: оно отличается реалистичностью с элементами стилизации, располагается так, что визуально «соединяет» два текстовых блока, выполняя роль композиционного моста, содержит детализацию и имеет особую форму.

Взаимодействие вербального и иконического компонентов проявляется в семантической связи (изображение галоши конкретизирует понятие, обозначенное словом «ГАЛОШИ») и в композиционной связи (трёхчастная структура — верхний текст, изображение, нижний текст — создаёт чёткую иерархию восприятия: сначала фиксируется товар, затем бренд).

Реклама коньяка Шустова (Сибирская жизнь. 1913. №29) (Приложение 3). Относится к текстам с нулевой креолизацией: в ней полностью отсутствует визуальный компонент, вся смысловая нагрузка передаётся через вербальную систему.

Вербальный компонент построен как диалог между супругами: реплика жены задаёт интригу, реплика мужа раскрывает причину употребления коньяка, сочетая радость с лёгкой иронией. Отсутствие иллюстраций подчёркивает элитарность рекламы: формат ориентирован на образованного читателя, рассчитан на интеллектуальное восприятие и воспринимается как признак высокого качества продукта. Лаконичность и выразительность текста полностью компенсируют отсутствие визуальных элементов.

Таким образом, в дореволюционной газете «Сибирская жизнь» можно встретить рекламные тексты всех трёх типов креолизации. Самые часто встречаемые из них — частичная и полная.

Источники и литература

- 1) Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
- 2) Жилиякова Н. В. Журналистика города Томска (XIX - начало XX века): становление и развитие. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011. 446 с.
- 3) Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Высшая школа, 1990. С. 180-186.
- 4) Тарасенко А. В., Жилиякова Н. В. Особенности рекламы коньяка фирмы «Н.Л. Шустов и сыновья» в дореволюционных томских газетах // Язык и литература в контексте межкультурной коммуникации: VII Международная научная конференция / МОН РА; Ванадзорский государственный университет имени О. Туманяна; Ванадзор, 2024. С. 174-182.

Иллюстрации



Рис. : Приложение 1



Рис. : Приложение 2

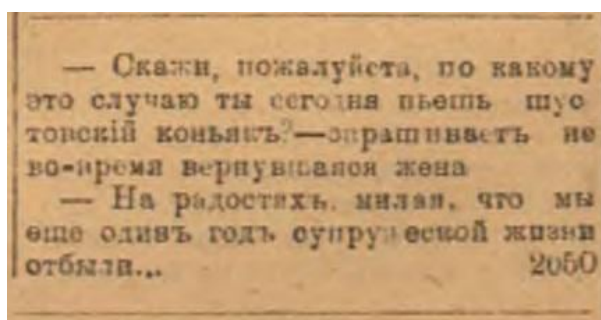


Рис. : Приложение 3